

BAB 7

SIMPULAN DAN SARAN

BAB 7

SIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan analisis serta pembahasan yang telah diuraikan pada bab-bab sebelumnya maka langkah terakhir dalam penelitian ini adalah merumuskan simpulan dan saran yang dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan bagi Bank ANK dalam menjalankan aktivitasnya di masa mendatang.

7.1. Simpulan

Memang ada perbedaan secara signifikan antara harapan kualitas layanan dengan kenyataannya yang dirasakan oleh Bank ANK Kantor Pusat Operasional Bubutan Surabaya (gap 5). Hal ini tampak dari perhitungan nilai *service quality* (*servqual*) pada kelima dimensi pengukuran kualitas jasa yang bertanda negatif serta angka perhitungan statistik Uji Wilcoxon Sign Ranks Test.

Secara umum variabel-variabel kualitas layanan yang perlu diperbaiki dalam prioritas rendah adalah tersedianya informasi seputar info bank, kemampuan karyawan dalam menanggapi keluhan nasabah, luasnya jaringan pelayanan, tingkat keberhasilan ATM serta daya tarik undian atau promosi.

Sedangkan 'Relationship Marketing' merupakan suatu strategi pemasaran yang tepat untuk diterapkan perusahaan sebagai penyedia jasa perbankan untuk meningkatkan kualitas layanan di masa mendatang dan untuk menghadapi persaingan dalam dunia perbankan. Strategi ini memberi penekanan pada pengembangan dan peningkatan hubungan dalam usaha untuk mempertahankan loyalitas pelanggan.

7.2. Saran

Usaha meningkatkan kualitas layanan pada tiap dimensi pokok kualitas layanan akan dapat terlaksana dengan baik jika dalam kondisi internal perusahaan terdapat komitmen dan terbentuk sebuah tim yang solid untuk mengimplementasikan peningkatan kualitas layanan bersama-sama. Telah dikemukakan dalam model konseptual kualitas jasa yang terdapat pada bab sebelumnya bahwa kesenjangan (gap) 5 merupakan kesenjangan terhadap kualitas jasa seperti apa yang langsung dirasakan pelanggan. Namun perlu ditelusuri kembali apakah timbulnya gap 5 itu karena adanya gap 1-4 yang terjadi di dalam internal perusahaan itu sendiri. Jika hal ini merupakan penyebabnya, maka perlu tindakan dari pihak manajemen puncak untuk memiliki komitmen yang kuat terhadap peningkatan kualitas layanan, kemudian mensosialisasikannya dalam sebuah program pelaksanaan yang melibatkan seluruh staf yang terkait. Agar mendapat persepsi yang sama antara manajemen dan pelaksana maka perlu diadakan training secara berkesinambungan.

Sebagai bank devisa yang sudah *go public*, Bank ANK seharusnya makin meningkatkan sistem pelayanannya, khususnya dalam bidang teknologi, misalnya memakai *on-line system* dalam transaksinya dan memperbaiki kinerja ATM yang sering terdapat kendala. Hal itu juga merupakan nilai tambah dalam menghadapi persaingan dunia perbankan.

DAFTAR KEPUSTAKAAN

DAFTAR KEPUSTAKAAN

- Arief, M. 2000. *Studi Perbedaan Antara Harapan Nasabah Atas Kualitas Layanan Bank Lippo Jemursari Surabaya Dan Persepsi Atas Kualitas Yang Dirasakan*. Tesis tidak diterbitkan. Surabaya: Program Pascasarjana UBAYA.
- Band, William A. 1991. *Creating Value for Customers: Designing and Implementing a Total Corporate Strategy*. Toronto: John Wiley dan Sons, Inc.
- Brown, Stanley A. 1995. *What Customers Value Most: How to Achieve Business Transformation by Focusing a Processes that touch your customers*. Toronto: John Wiley dan Sons, Inc.
- Cook, Sarah. 1997. *Customer Care*. London: Kogan Pge Limited.
- Emory, C. William, dan Cooper, Donald R. 1991. *Business Research Methods (4th ed.)* Illinois : Richards D. Irwin, Inc.
- Eunson, Baden. 1995. *Communicating with Customers*. Queensland: John Wiley and Sons.
- Fitzsimmons, James A., dan Fitzsimmons, Mona J. 1994. *Service Management for Competitive advantage*. Singapore: Mc Graw-Hill International Edition.
- Goultom, Miranda S. 1999. 3th quarter. *Bank Recapitalization Programme: Measure Toward Economic Recovery*. The Indonesia Quarterly, Vol XXVII, No. 3.
- Indriantoro, Nur, dan Supomo, Bambang. 1999. *Metodologi Penelitian Bisnis untuk Akuntansi dan Manajemen (Edisi 1)*. Yogyakarta: BPFE.
- Kotler, Phillip. 2000. *Marketing Management (the millenium edition)*. New Jersey: Prentice Hall, Inc.
- Kotler, Phillip, dan Armstrong, Gary. 1996. *Principles of Marketing (7th edition)*. New York: Prentice-Hall, Inc.
- Murdick, Robert G., Render, Barry dan Russel, Roberta S. 1990. *Service Operation Management*. New Jersey: Prentice-Hall, Inc.

- Naumann, Earl. 1995. *Creating Customer Value: The path to sustainable competitive advantage*. Cincinnati, Ohio: Thompson Executive Press.
- Newmann, Diann R., dan Hodgetts, Richard M. 1998. *Human Resource Management: A customer oriented Approach*. New York: the Mc Graw-Hill Companies, Inc.
- Pardede, Raden. 1999. Survey of recent developmants. *Bulletin of Indonesian Economic Studies*, Volume 35, No. 2.
- Sugiyono, 1999. *Statistik Non-Parametris untuk penelitian*. Bandung: CV Alfabeta.
- Susiyanto, M. Fendi. 1999. The Impact of Bank Restructuring Announcement of the Bandung Stock Press: The Cases of Indonesia's Banking Reforms on March 13, 1999, and The Issues of Government Bonds on May 28, 1999. *Gajah Mada International Journal of Business*, Volume 1, No. 2.
- Tjiptono, Fandy. 2000. *Manajemen Jasa. Edisi 2*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Zeithaml, Valarie A. dan Bitner, Mary Jo. 1996. *Service Marketing*. New York: The Mc Graw-Hill Company, Inc.
- Zeithaml, Valarie A., Parasuraman A. dan Berry L. Leonard. 1990. *Delivering Quality Service. Balancing Customer Perceptions dan Expectations*. New York: The Free Press.
- _____. 1993. The Nature and determinants of Customers Expectations of Service. *Journal of The Academy of Marketing Science*. Volume 21, No. 1